

La défense d'utiliser la légende «... cents de rabais» comme partie intégrante de l'étiquette.

La défense d'utiliser des illustrations trompeuses sur les paquets.

L'établissement de normes raisonnables de poids ou de dimensions—la boîte de céréales de 13-3/7 onces, par exemple, serait d'usage illégal.

La défense d'utiliser des formats, formes ou proportions géométriques pouvant tromper le consommateur—le paquet qui paraît plus gros.

Tout cela se résume à dire que l'emballage ne doit pas être trompeur. Il y a longtemps que les consommateurs du pays n'ont pas été traités honnêtement. Les agriculteurs, les travailleurs, les fabricants, les détaillants et les banques ont leurs associations. Avec l'établissement du ministère de la Consommation et des Corporations, nous disposons d'un organisme gouvernemental chargé de protéger les intérêts des consommateurs.

Après l'adoption de ce bill, le ministre aurait juridiquement le droit d'accomplir un grand nombre des choses que nous envisageons lorsque nous avons approuvé la mesure législative qui créait son ministère.

M. John M. Reid (Kenora-Rainy River):

Monsieur l'Orateur, le bill n° C-21 à l'étude a trait à une mesure qui existe depuis 15 ans, et qu'on n'a pas modifiée depuis tout ce temps-là. Vu la procédure moderne en ce qui concerne les prix et les emballages, la vente de produits se fait non par la publicité directe, mais à l'aide de l'emballage. La technique de vente traditionnelle a changé. Jadis, le client entrait dans le magasin, voyait ce qu'il voulait acheter, faisait son choix, et le produit était alors emballé. Maintenant, on entre dans un magasin, et on achète un produit déjà emballé.

Les femmes ont des problèmes, car il est presque impossible actuellement de juger du contenu d'un paquet. La publicité concernant les prix, la qualité et la quantité ne veut presque plus rien dire. Par exemple, prenons les paquets de mélanges à gâteaux. Un pèse une livre et demie, un autre peut-être une livre. Les deux peuvent contenir les ingrédients en quantité nécessaire pour produire le même gâteau.

● (5.20 p.m.)

Donc, les règlements applicables aux poids et mesures doivent non seulement veiller à ce que les mesures d'un contenant soient bien respectées, mais tenir compte de l'usage

auquel est destiné son contenu. Il n'est pas facile du tout de mettre au point une politique ou une série de politiques qui feront bien ressortir cela aux yeux de tous. La question des poids et mesures est inséparable du problème connexe de la qualité qui varie considérablement, ce dont ce projet de loi ne tient pas assez compte. Mon but n'est pas de dénigrer le bill mais de mettre en relief la complexité d'une telle entreprise dans une matière aussi importante.

Avant de passer à une autre question, je voudrais ainsi évoquer l'aspect constitutionnel de ce bill. D'après ce que nous a dit le député de Winnipeg-Nord (M. Orlikow), ce bill se fonde en grande partie sur un bill tendant à «la vérité dans les emballages», présenté au Sénat américain par le sénateur Hart. De nombreuses auditions ont eu lieu à ce sujet. Je signale au député de Winnipeg-Nord que les *Consumer Reports* auxquels je suis abonné ont donné un compte rendu circonstancié de ces auditions.

A mon avis, le *Consumer Reports* est une publication très intéressante et très utile. Il est malheureux que, dans bien des cas, les marques privées dont nous disposons au Canada, par exemple, celles de la maison Eaton, ne soient pas toutes mentionnées; parfois même, les numéros de modèles que nous avons sont en retard d'un an sur ceux dont disposent les États-Unis. En conséquence, il faut beaucoup de travail personnel pour pouvoir utiliser cette publication avec profit. Néanmoins, les audiences du Sénat y sont assez bien rapportées.

Au Canada, s'il est difficile de présenter des mesures de ce genre, c'est que nous n'avons pas et n'aurons probablement pas jamais le pouvoir d'embrasser tout ce domaine, comme c'est le cas, par exemple, aux États-Unis où les juridictions sont réparties différemment. Si répugnant que cela soit, il faut donc, au Canada, qu'au niveau fédéral, nous procédions étape par étape, sans disposer d'un projet d'ensemble coordonné, car nous n'avons pas autorité dans tous les domaines. Pour réussir et offrir une protection légitime aux consommateurs, le nouveau ministère de la Consommation et des Corporations devra s'engager dans un nombre toujours croissant de conférences avec les provinces, en vue d'élaborer des programmes appropriés. C'est uniquement de cette façon que les mesures législatives relevant du gouvernement fédéral